

Número 143: cartografiar la comunicación

Hoy las universidades ejercen la tarea de preservación y difusión de la cultura en un entorno comercial dominado por monopolios del conocimiento; el de los medios para la distribución del conocimiento. Muchas bibliotecas universitarias en todo el mundo pagan más de la mitad de su presupuesto a los editores de revistas académicas como Elsevier, Springer y Wiley. Algo tan intangible como el conocimiento se institucionaliza en su gestión y en prácticas políticas: más de 10 mil académicos se han unido al boicot contra la editorial académica Elsevier. En muchos casos, los insumos para la investigación están en posesión de los dueños de las plataformas de recolección y almacenamiento, de los proveedores de los servicios de búsqueda, de los editores. Es decir, enfrentamos el reto que implica la defensa de *la colaboración entre creadores e investigadores como un derecho fundamental que permita cumplir con el mandato de servicio a la sociedad*.

El objetivo de una visión a futuro sobre la base del conocimiento abierto es que ésta sea una fuente de desarrollo y crecimiento para todos, garantizando el acceso a la información y la libertad de expresión. Hay que preguntarse si la desigualdad de acceso a las fuentes, contenidos e infraestructuras pone en entredicho “el carácter realmente mundial de la sociedad de la información y compromete, por tanto, el desarrollo de las sociedades del conocimiento” (UNESCO 2005). El acceso universal al saber debe ser el pilar en el de las sociedades del conocimiento.

En el último editorial de su edición impresa, la *Revista Mexicana de Comunicación* asumió que sus fundamentos digitales constituían un imperativo que debía ambicionar más. A treinta años de su fundación, la publicación que nació con el objetivo de construir un espacio crítico que contribuyera a “esclarecer el papel que los medios masivos juegan en el conjunto de la sociedad mexicana”, comienza un ciclo exclusivo del universo ubicuo y no lineal de la red para articular una transformación.

Si bien la cuestión de la sostenibilidad fue una de las condicionantes de la mudanza informática, la *RMC* tuvo razones de mayor relevancia para repensar el proyecto. Se trata de una revista pionera en el estudio de la comunicación a partir de los enfoques, alguna vez novedosos, de la cultura periodística y de la comunicación política. Durante treinta años, la publicación albergó las reflexiones de investigadoras e investigadores destacados para dar forma a un acervo único en su campo que el Departamento de Ciencias de la Comunicación no quiso dejar atrás.

La *RMC* también fue un proyecto que la UAM Unidad Cuajimalpa sostuvo debido al esfuerzo irremplazable de Omar Raúl Martínez quien, como profesor-investigador de nuestra institución, condujo la visión editorial de la revista, hasta su lamentable fallecimiento, sin extraviar una línea editorial pensada como “el registro, el análisis, el escrutinio y el debate en torno al papel de los medios de comunicación en México y en el mundo”, según su propio decir en el editorial del XXV aniversario.

La Nueva Época no sólo implica que la División de Ciencias de la Comunicación y Diseño considera a la *RMC* como una de sus publicaciones necesarias, legítimas y potencialmente adaptables al presente informático. También se debe a que su giro digital puede ser también una renovación de su concepto editorial. Toda transición requiere de nuevos principios. El ciclo que iniciamos con el número 143 no consiste solamente en convertir la revista en un espacio exclusivamente digital, sino que se trata de una ampliación de la idea originaria en la que los medios eran el aspecto central y el periodismo fungía simultáneamente como tema y como un modo de tratar los contenidos.

Como sugiere la convocatoria con la que comenzó este periodo digital, la *RMC* pretende ensamblar el mapa de las ciencias de la comunicación para relacionar a las nuevas generaciones de estudiantes, profesionales y académicos con las voces ya consolidadas. El objetivo ahora es mirar la comunicación como un campo donde es posible hallar problemas, preguntas, fenómenos y conocimientos en relación constante con el escenario tecnológico y con la cultura del diseño en un espacio idóneo para el ejercicio de la interdisciplina. Un campo apropiado para la divulgación en una propuesta inédita que concibe la comunicación como un objeto de estudio tan complejo que requiere de un seguimiento de sus aportes que sea informativo, comprensible y crítico.

Estructurada en dos bloques separados por sus modalidades de colaboración, el ciclo que inicia con esta entrega dispone de ensayos críticos que van de la revisión de temas de comunicación a la exposición de nuevas ideas sobre el campo hasta la cobertura informativa a través de entrevistas y reseñas. Adicionalmente, la *RMC* integrará gradualmente géneros visuales que contribuirán a consolidar su tránsito a la esfera digital.

En su primera entrega, el número 143 ofrece los primeros tres ensayos relativos a la fotografía y su relación con fenómenos de mediatización, la descripción teórica de los memes en internet y la libertad de expresión y su conflicto con el derecho de honor. También presenta una entrevista con la investigadora Inés Cornejo Portugal sobre los desafíos de la denominada investigación horizontal y reseñas de novedades editoriales que abordan el periodismo en el siglo XXI, el papel de las profesionales de la información en México y una revisión contemporánea del pensamiento de Charles S. Peirce.

Los invitamos a participar en este proyecto con materiales innovadores que toquen a los lectores y que logren transformarlos en actores del cambio. Estamos del lado de la filosofía de la divulgación abierta del conocimiento. En la era de la abundancia de la información, la socialización de criterios para la investigación crítica es una tarea fundamental.

Jesús Octavio Elizondo Martínez
Director

Rodrigo Martínez Martínez
Editor